

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian dalam penelitian ini terdapat beberapa referensi dari penelitian terdahulu. Pertama penelitian yang dilakukan oleh Angga Dananjaya (2011) dengan judul “Pengaruh Terpaan Media terhadap Kecemasan Warga Kelurahan Banjar Agung Kecamatan Cipocok Kota Serang”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh terpaan media terhadap tingkat kecemasan warga Kelurahan Banjar Agung Kecamatan Cipocok Kota Serang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pemberitaan ledakan tabung gas terhadap tingkat kecemasan warga Kelurahan Banjar Agung Kecamatan Cipocok Kota Serang.

Pada tahun 2013 terdapat penelitian oleh Ayu Susan Widyanti, mahasiswa Universitas Atmajaya Yogyakarta jurusan ilmu komunikasi dengan judul ”Pengaruh Terpaan Pemberitaan Tawuran Antar pelajar Di Televisi terhadap Sikap Pelajar Sma Negeri Di Kota Yogyakarta” Perbedaan dari penelitian sebelumnya peneliti menggunakan berita berkonteks kekerasan, dan menggunakan variabel sikap sebagai penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh terpaan media terhadap sikap pelajar sma negeri di kota Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pemberitaan tawuran antar pelajar di televisi terhadap sikap pelajar SMA Negeri 3 Yogyakarta.

Tabel 2.1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil
1.	Angga Dananjaya (2011)	Pengaruh Terpaan Media terhadap Kecemasan Warga Kelurahan Banjar Agung Kecamatan Cipocok Kota Serang (Studi Kasus Pemberitaan Ledakan Gas Tabung LPG 3Kg di Radar Banten)	Terdapat pengaruh pemberitaan ledakan tabung gas terhadap tingkat kecemasan warga Kelurahan Banjar Agung Kecamatan Cipocok Kota Serang.
2.	Ayu Susan Widyanti (2013)	Pengaruh Terpaan Pemberitaan Tawuran Antar pelajar Di Televisi terhadap Sikap Pelajar Sma Negeri Di Kota Yogyakarta (Studi Deskriptif Kuantitatif Kasus Pemberitaan Tawuran Antarpelajar SMA Negeri 70 dengan SMA Negeri 6 Jakarta Periode 24 September 2012 - 30 September 2012 Terhadap Sikap Pelajar SMA Negeri 3 Yogyakarta)	Pemberitaan tawuran antarpelajar di televisi memberikan pengaruh sebesar 18.7% terhadap sikap pelajar SMA Negeri 3 Yogyakarta. Sedangkan, untuk faktor pembentukan sikap (pengalaman pribadi, orang lain yang dianggap penting, dan media massa lain) memberikan pengaruh sebesar 47.9%

Sumber: Data Diolah, 2018

2.1.2 Persamaan dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini memiliki perbedaan dan persamaan. Persamaannya adalah penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Angga Dananjaya (2011) dan Ayu Susan Widyanti (2013) yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh terpaan media pada konteks berita. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu telah dirangkum dalam tabel berikut.

Tabel 2.1.2 Perbedaan Penelitian Dalam Beberapa Aspek

No.	Aspek Perbedaan	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
1.	Lokasi Penelitian	Kelurahan Banjar Agung Kecamatan Cipocok Kota Serang	Warga Kelurahan Karang Besuki, Kecamatan Sukun, Kota Malang.
	Variabel Penelitian	Variabel gangguan fisik, kurangnya tingkat kecemasan, upaya untuk menghindari konsumsi.	Variabel Emosional, Kognitif dan Fisiologis
	Objek yang Diteliti	Pengaruh terpaan berita di surat kabar terhadap kecemasan masyarakat.	Pengaruh terpaan berita di televisi terhadap kecemasan masyarakat.
	Metode Analisis Data	Analisis Korelasi <i>Pearson</i> .	Analisis Regresi Linier Berganda (Uji-t), Analisis Korelasi <i>Pearson</i>
2.	Lokasi Penelitian	SMA Negeri Di Kota Yogyakarta	Warga Kelurahan Karang Besuki, Kecamatan Sukun, Kota Malang.
	Variabel Penelitian	Variabel kognitif, afektif, dan konatif	Variabel emosional, kognitif dan fisiologis
	Objek yang Diteliti	Sikap kecemasan pelajar	Kecemasan Masyarakat Menonton bola
	Metode Analisis Data	Analisis Regresi Linier sederhana, analisis korelasi, tabulasi silang	Analisis Regresi Linier Berganda (Uji-t), Analisis Korelasi <i>Pearson</i>

Sumber: Data Diolah, 2018

2.2 Definisi dan Fungsi Komunikasi

Raymond S. Ross dalam (Mulyana, 2010: 69) memberi definisi komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.

Menurut Lasswell, sebagaimana dikutip oleh Mulyana (2010: 69) cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* (Siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana?).

Menurut Effendy (2009:11-16) komunikasi terbagi menjadi dua proses, yakni :

1. Proses Komunikasi Primer

Proses Komunikasi primer adalah dimana dalam proses ini penyampaian pesan menggunakan menggunakan symbol. Simbol yang dimaksud disini adalah isyarat, warna, bahasa, kial, dan lain sebagainya yang dimana mampu menejemahkan pesan dari komunikator ke komunikan.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses Komuniaksi sekunder adalah proses penyampaian pesan komunikasi oleh satu orang kepada orang lain yang menggunakan alat atau sarana yang digunakan sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam memperlancar sebuah komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh dan memilki jumlah yang banyak. Contoh media kedua adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan lain sebagainya.

Lasswell dalam buku yang ditulis Nurudin (2011) mengemukakan pendapatnya tentang fungsi-fungsi komunikasi, yaitu :

1. Penjagaan atau pengawasan lingkungan (*surveillance of the environment*)
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya (*Correlation of the part of society in responding to the environment*).

3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social heritage*).

2.3 Definisi Komunikasi Massa

Menurut Effendy (2009: 80) Komunikasi massa ialah komunikasi melalui media massa yang memiliki teknologi modern, dapat meliputi internet, surat kabar, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film. Komunikasi massa menyampaikan sebuah informasi, gagasan dan sikap untuk komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Komunikasi massa tidak serta merta terjadi, tetapi juga memiliki ciri-ciri yang digunakan untuk mengkategorikan apakah komunikasi tersebut termasuk dalam komunikasi massa atau justru masuk dalam komunikasi ranah lainnya. Komunikasi massa memiliki ciri sebagai berikut (Nurudin, 2011: 19),

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga
2. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen
3. Pesannya bersifat umum
4. Komunikasinya berlangsung satu arah
5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan
6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis
7. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*

Televisi memiliki fungsi yang sama dengan media massa (surat kabar dan radio) pada umumnya, yaitu mempengaruhi, mendidik, menghibur, dan memberi informasi. Effendy (2009) menjelaskan fungsi komunikasi massa secara umum yaitu:

1. Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

2. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (mass education). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika serta aturanaturan yang berlaku pada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.

3. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editor, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruhi oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

Selain memiliki fungsi, komunikasi massa menghasilkan efek bagi *encoder* (penerima pesan komunikasi). Komunikasi massa memiliki efek yang dapat berupa bertambahnya pengetahuan, emosional, maupun perilaku.

2.4 Definisi dan Fungsi Media Massa

Media massa memiliki pengertian yang tidak lepas dari pengertian komunikasi massa. Media massa yang berbentuk cetak atau elektronik merupakan

alat komunikasi massa. Media massa adalah alat dalam proses komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas, dan heterogen. Kelebihan media massa adalah bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Media massa juga mampu menyebarkan pesan dengan cepat pada waktu yang tidak terbatas (Nurudin, 2011: 9).

Definisi di atas menjelaskan bagaimana media massa memiliki rentan waktu yang cepat dalam menyampaikan sebuah pesan. Perkembangan teknologi yang pesat dari dekade ke dekade membuat beberapa media seperti surat kabar dan majalah tidak lagi memiliki sifat kecepatan dalam penyampaian informasi, namun tetap dalam konteks komunikasi massa karena masih memiliki sifat yang ditujukan untuk khalayak dalam jumlah yang besar. Saat ini perkembangan teknologi internet memunculkan media *online* salah satunya portal berita *online* yang memiliki rentan waktu hingga berjarak hanya beberapa menit dari kejadian yang terjadi saat itu.

Berdasarkan bentuknya, media massa dikelompokkan atas:

1. Media cetak yang mencakup buku, brosur, surat kabar, majalah, dan sebagainya.
2. Media elektronik seperti radio, televisi, film, slide, video, dan lain-lain

(Vivian, 2008:4)

Komunikasi massa De Vito dikutip dalam Winarni (2003, 45-47) memiliki 6 fungsi yaitu:

1. Menghibur

Pada pengertian ini media massa memiliki fungsi sebagai sarana hiburan. Sebagai contohnya adalah lawakan yang dimuat dalam koran, ataupun artikel

humor dimana pada artikel tersebut bahasa yang digunakan adalah bahasa yang santai dan menghibur yang diperuntukan menarik perhatian pembaca.

2. Meyakinkan

Komunikasi persuasif pada media massa memiliki tujuan untuk meyakinkan khalayak. Selain itu pada komunikasi ini memiliki tujuan untuk membentuk sikap dan opini pada khalayak. Media massa mampu mengubah kepercayaan sementara khalayak yang dimana semula khalayak memiliki keberpihakan menjadi tidak memiliki keberpihakan pada suatu masalah tertentu. Media massa meyakini bahwa iklan dapat meyakinkan masyarakat untuk melakukan sebuah tindakan. Sebagai contoh adalah media mampu membuat khalayak membeli atau menghindari barang yang diiklankan pada televisi. Selain itu media mampu menstimulus masyarakat untuk mengubah situasi yang ada di sekitarnya, ketika terjadi penyimpangan terhadap norma yang berlaku, media juga dapat mengungkapkan segala fenomena yang terjadi secara terbuka.

3. Menginformasikan

Fungsi media disini adalah bagaimana media mampu memberikan sebuah informasi untuk khalayak. Informasi yang diberikan dapat bersifat local maupun internasional.

4. Menganugerahkan status

Pada kondisi sosial masyarakat muncul anggapan bahwa orang penting adalah orang yang sering dimuat di media massa atau tampil di televisi. Pada tahapan ini media mampu menjadikan seseorang menjadi populer dan dapat menganugerahkan status kepada orang yang menjadi topik pada suatu media.

5. Membius

Fungsi membius terjadi pada saat media menyajikan informasi tentang sesuatu fenomena ataupun sebuah peristiwa dan komunikasi dalam keadaan tidak aktif. Media menjadi alat bius untuk khalayak meskipun dalam keadaan tidak aktif.

6. Menciptakan rasa kebersatuan

Pada pengertian ini Media dianggap mampu menjadikan khalayak merasa menjadi anggota suatu kelompok tertentu sehingga mampu menimbulkan rasa kebersatuan bagi khalayak yang mengonsumsi sebuah media.

a. Privatisasi

Pada pengertian ini media memiliki pengaruh dengan menimbulkan efek antisosial pada khalayak.

b. Parasosial

Melalui media, masyarakat mampu menjalin dan menciptakan hubungan dengan para tokoh atau orang-orang penting di dunia. Sebagai contoh adalah dengan saling memberikan respon positif dalam jejaring sosial.

2.5 Televisi

2.5.1 Televisi Sebagai Media Massa

Televisi adalah salah satu bentuk media massa elektronik. Berbeda dengan koran atau majalah, televisi memiliki kecepatan memberikan informasi secara cepat dan serentak seperti internet. Fungsi televisi sama seperti media massa lainnya (koran, majalah, surat kabar, dan radio) yaitu menyampaikan

informasi, menghibur, mendidik serta mempengaruhi khalayak. Televisi memiliki keunggulan dari media massa lainnya yaitu memiliki dua penginderaan diantaranya audio dan visual. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), televisi adalah pesawat sistem penyiaran gambar objek yang bergerak yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar, digunakan untuk penyiaran pertunjukan, berita, dan sebagainya.

Menurut Wahyudi (1986: 3-4) televisi memiliki beberapa karakteristik yaitu:

1. Bersifat tidak langsung

Televisi merupakan satu jenis dan bentuk media massa yang paling canggih pada zamannya dilihat dari sisi teknologi yang digunakan, dan besaran investasi. Televisi bergantung pada komponen elektronik yang sangat rumit atau biasa disebut media teknis. Sifat pada teknologi dan padat modal menyebabkan televisi sangat kompromistik dengan kepentingan pemilik modal dan nilai-nilai komersial. Salah satu contohnya, bahasa yang digunakan jarang tampil vulgar.

2. Bersifat satu arah

Siaran televisi memiliki sifat komunikasi searah. Sebagai pemirsa hanya mampu menerima macam - macam program acara yang sudah disiapkan oleh pihak televisi. Berdasarkan teori komunikasi massa, sebagai khalayak televisi memiliki sifat aktif dan selektif.

3. Bersifat Terbuka

Televisi ditujukan untuk masyarakat dengan cara terbuka ke berbagai tempat yang mampu dijangkau oleh pancaran siarannya. Hal ini berarti, ketika siaran televisi mengudara, tidak ada lagi batasan letak geografis, usia, dan tingkatan akademis pemirsanya. Karena memiliki sifat terbuka, upaya yang dapat dilakukan para pengelola televisi untuk mengontrol efek yang timbul pada masyarakat adalah dengan mengatur jam tayang acara televisi. Sehingga muncul kode tayangan pada televisi, misalnya tayangan itu harus berada pada bimbingan orang tua (BO), semua umur (SU), remaja (R), atau untuk khalayak dewasa (D).

4. Publik tersebar

Pemirsa televisi tidak berada di pada suatu tempat atau wilayah, namun tersebar di berbagai wilayah pada lingkup lokal, regional, nasional, dan internasional. Pada saat ini Indonesia tumbuh subur stasiun televisi lokal yang memiliki siaran yang hanya menjangkau satu kota, atau beberapa kota dalam radius puluhan kilometer dari pusat kota yang menjadi wilayah siaran.

5. Bersifat selintas

Pesan pada televisi hanya dapat dilihat dan didengar secara selintas. Siaran pada televisi tidak dapat di lihat dan di dengar ulang oleh pemirsa kecuali dalam hal-hal khusus seperti pada adegan ulang ataupun pada bagaian secara lambat, atau dengan alat khusus seperti alat perekam vidio. Sifatnya yang hanya selintas, sangat mempengaruhi cara - cara penyampaian pesan. Selain harus memiliki nilai menarik, bahasa yang disampaikan televisi harus mudah dimengerti dan dicerna oleh pemirsa tanpa menimbulkan rasa kebosanan.

2.5.2 Program Acara di Televisi.

Menurut Morisan (2009: 207-220) stasiun televisi setiap hari menghasilkan berbagai jenis program acara dengan konten yang beragam. Jenis program itu dapat dijadikan menjadi dua berdasarkan jenisnya, yaitu:

1. Program Informasi

Program informasi di televisi, dimana pada program ini stasiun televisi memberikan banyak informasi yang digunakan untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton. Program informasi adalah segala macam jenis siaran yang bertujuan untuk memberi tambahan pengetahuan atau informasi kepada khalayak. Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu:

a. Berita Keras (*Hard News*)

Berita ini adalah berita yang berisikan segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media karena sifatnya yang penting agar dapat diketahui khalayak dengan secepatnya. Jenis *Hard News* dapat berupa *straight news*, *features*, dan *infotainment*.

b. Berita Lunak (*Soft News*)

Berita jenis ini adalah segala informasi yang penting dan menarik yang namun tidak bersifat segera ditayangkan. Program acara televisi yang termasuk dalam kategori ini adalah dokumenter dan *talkshow*.

2. Program Hiburan

Program ini adalah segala bentuk konten acara yang memiliki tujuan untuk menghibur yang dapat berupa bentuk cerita, musik, lagu, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah musik, drama, permainan dan pertunjukan.

2.6 Berita

2.6.1 Definisi dan Jenis Berita

Berita dalam adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, bisa jadi karena luar biasa, bisa karena pentingnya atau akibatnya, bisa pula karena ia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan. Assegaf (1991) juga menjelaskan bahwa berita merupakan serangkaian proses jurnalistik yang didari pada langkah-langkah tertentu. Menurut Prof. Mitchel V. Charnley, berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting, atau keduanya, bagi sejumlah besar penduduk (Effendy, 2003:131). Sifat berita dalam kedua definisi tersebut menjelaskan bahwa berita merupakan fakta yang dikemas dalam kaidah jurnalistik dan disebarkan secara serentak kepada masyarakat. Berita memiliki unsur-unsur dalam sebuah penulisan, Menurut Bruce D dan Douglas dalam (Junaidi, 2007: 22) menjelaskan terdapat unsur pokok berita yang harus dipenuhi yaitu 5W+1H, kependekan dari *what, where, when, why, who, how*.

Selain itu Hikmat dan Purnama (2009 : 61 - 64) menambahkan unsur lain didalam berita yaitu :

1. Aktualitas. Berita tak ubahnya seperti eskrim yang gampang meleleh, bersamaan dengan berlalunya waktu nilainya semakin berkurang. Masyarakat menghendaki atau lebih tepat membutuhkan agar berita yang ingin mereka ketahui cepat mereka baca, untuk melegakan perasaan mereka dan berbagai kepentingan yang lain. Bagi sebuah surat kabar,

semakin aktual berita – beritanya, artinya semakin baru peristiwa yang terjadi, semakin tinggi nilai beritanya.

2. Kedekatan. Peristiwa yang mengandung unsur kedekatan dengan pembaca, akan menarik perhatian. Stieler dan Lippmann menyebutnya sebagai kedekatan secara geografis. Unsur kedekatan ini tidak harus dalam pengertian fisik, tapi juga kedekatan emosional. Unsur kedekatan juga diibaratkan dengan batu yang dilemparkan ke atas permukaan air yang tenang. Begitu juga dengan daya tarik berita. Dimana apabila berita dekat dengan pembacanya, maka berita tersebut akan semakin menarik.
3. Keterkenalan. Kejadian yang menyangkut tokoh atau *public figure* akan mampu menarik pembaca. Dalam ungkapan jurnalistik adalah “*personages make news*” dan “*news about prominent persons make copy*”. Sebagai contoh nama akan membuat berita adalah, misalnya Presiden Joko Widodo terjatuh di teras rumah, dapat dijadikan sebagai berita. Akan tetapi kalau hal serupa dialami seorang anggota Satpam meski bernama Sandiaga Uno, tidak banyak yang menghiraukan.
4. Dampak. Banyak definisi menjelaskan bahwa “news” adalah “history in a hurry”, dalam pengertiannya adalah berita seperti sejarah dalam keadaan yang tergesa – gesa. Peristiwa yang memiliki dampak luas terhadap masyarakat, misalnya kenaikan harga cabe, kerusuhan berbau politik, memiliki nilai berita yang tinggi.
5. *Human Interest*. berita yang terkandung didalamnya terdapat unsur yang dapat menarik simpati, empati atau menggugah perasaan khalayak yang pembacanya.

Berita dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu :

1. *Hard News* adalah berita yang biasanya didalamnya terkandung unsur “kurang menyenangkan”, seperti tentang kericuhan, sengsara, sexology dan bencana.
2. *Soft news* adalah berita yang pada muatannya mengandung unsur “menyenangkan”. Misalnya pernikahan putra putri raja atau presiden, berita keberhasilan, ataupun penerimaan penghargaan.
3. *Straight news* adalah berita yang sangat penting dan menarik dan berita itu masih menjadi topik pembicaraan khalayak dalam kurun waktu yang cukup lama.
4. *Spot press* adalah berita yang memiliki nilai berita yang tinggi dan masyarakat sangat menanti – nantikan berita tersebut (J. B Wahyudi, 1991: 127).

2.6.2 Jenis Berita *Hard News*

Dalam jenis-jenis berita menurut Wahyudi (1991: 127) salah satu diantaranya adalah berita *Hard News*. Jenis berita ini biasanya “kurang menyenangkan”, berita ini berisikan konten tentang kekerasan, kesengsaraan, sexology dan bencana alam. Pada penelitian ini peneliti menggunakan berita kericuhan suporter yang sering terjadi di Indonesia, yang didalamnya terdapat unsur kekerasan. Berita kericuhan paling terbaru adalah berita tentang tewasnya suporter Persija Jakarta akibat konflik antara suporter Persib Bandung dan Persija Jakarta. Berdasarkan sumber dari *tribunnews.com* pada tanggal 23 September 2018, korban tewas bernama Haringga. Haringga tewas dikeroyok oleh beberapa oknum suporter Persib saat Haringga melakukan perjalanan tandang ke stadion Gelora Bandung Lautan Api. Kejadian tersebut terjadi di depan stadion saat

hendak masuk menyaksikan pertandingan. Padahal Peberitaan lain terjadi pada pertandingan Arema malang melawan Persebaya Surabaya, dilansir dari *radarmalang.id* pada tanggal 7 Oktober 2018, beberapa suporter arema memergoki satu suporter persebaya didalam stadion, namun suporter tersebut berhasil selamat karena aparat bertindak cepat dengan mengamankannya. Berita tersebut disiarkan melalui media massa cetak maupun elektronik. Isi pada berita ini mengandung unsur *Hard News* dimana pada berita ini terdapat unsur kekerasan. Penelitian ini menggunakan berita kericuhan suporter sepak bola sebagai terpaan media massa untuk di teliti.

2.7 Terpaan Media Massa

Menurut Nurudin (2011: 9) media massa adalah sebuah alat yang mampu menyebarkan sebuah informasi dengan cara serempak dan memiliki sifat yang heterogen. Kelebihan media massa adalah media mampu mengatasi hambatan ruang maupun waktu. bahkan media juga mampu menyebarkan sebuah pesan dengan cepat dengan waktu yang tidak terbatas. Media bersifat untuk publik sehingga menyebabkan media massa memiliki efek bagi penerima pesan dari media massa tersebut. Efek tersebut memiliki beberapa tahapan salah satunya adalah terpaan media atau disebut dengan keadaan khalayak dimana terkena pesan yang disampaikan melalui berbagai media. Terpaan didefinisikan penggunaan media, baik jenis media yang digunakan maupun frekuensi dan durasi pengguna media tersebut (Ardiyanto dan Erdiyana, 2005: 164).

Menurut Rosengren, dalam buku (Rakhmat, 2005: 66), penggunaan media terdiri dari jumlah waktu dalam hal ini yang dimaksud adalah frekuensi

dalam mengkonsumsi berita yang digunakan dalam berbagai media, jenis media, dan hubungan antar individu.

Pengukuran durasi pengguna media dengan menghitung berapa lama seseorang menggunakan media, sedangkan hubungan antara khalayak dengan isi media meliputi perhatian. Terpaan berita mampu diukur dengan menggunakan 3 aspek, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi (Ardiyanto dan Erdinaya, 2005: 164).

1. Frekuensi penggunaan media

Frekuensi merupakan pengumpulan data yang berkaitan dengan rentan waktu yang terjadi dalam masyarakat seberapa sering mengkonsumsi media baik dalam rentan waktu hari, minggu, bulan. Bahkan tahun.

2. Durasi penggunaan

Pengukuran ini berhubungan dengan seberapa lama dalam kurun waktu saat menyaksikan media. Waktu yang digunakan dapat berupa, detik, menit dan jam.

3. Atensi

Atensi adalah pengukuran dalam bentuk perhatian masyarakat yang dapat digunakan dalam penelitian dalam bentuk seberapa memperhatikan masyarakat memperhatikan sebuah media.

2.8 Teori Jarum Hipodermik

Media massa mempunyai pemikiran bahwa *audience* bisa ditundukan sedemikian rupa atau bahkan bisa dibentuk dengan cara apa pun yang dikehendaki media. Intinya, sebagaimana dikatakan oleh Jason dan Anne Hill (1997), media massa dalam teori Jarum Hipodermik mempunyai efek langsung “disuntikkan” ke dalam ketidaksadaran *audience*. (Nururidin, 2011: 166) Teori ini muncul pada tahun 1970 an dengan dinamakan pula hypodermic needle theory (teori jarum

hipodermik).Teori ini biasa disebut dengan *theory Power Effect*, dimana efek yang diberikan tergolong kuat bagi *audience*. Teori ini mengasumsikan bahwa para pengelola media dianggap sebagai orang yang aktif dalam mempengaruhi khalayak atau lebih pintar dibanding *audience*. Akibatnya, *audience* bisa dikelabui dari apa yang disiarkan pada suatu media. Berbagai perilaku yang diperlihatkan televisi dalam adegan filmnya memberi rangsangan masyarakat untuk menirunya maupun memberikan efek lain secara psikologis. Menurut Liliweri (2011: 39) efek komunikasi terbagi atas 3 efek sebagai berikut:

1. Efek Kognitif

Efek Kognitif adalah pesan komunikasi massa mengakibatkan konsumen berubah dalam hal pengetahuan, pandangan, dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya.

2. Efek Afektif

Efek Afektif pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari konsumen. Orang dapat menjadi lebih marah dan berkurang rasa tidak senangnya terhadap suatu akibat membaca surat kabar, mendengarkan radio atau menonton televisi. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.

3. Efek Konatif

Efek Konatif pesan komunikasi massa mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diminati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

Pada penelitian teori jarum hipodermik mempengaruhi kecemasan, yang merupakan efek afektif dimana komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu. Pada penelitian ini teori jarum hipodermik digunakan sebagai teori acuan karena pada teori ini audience bersifat pasif sehingga komunikasi yang digunakan hanya satu arah, sehingga media dianggap mampu mempengaruhi audience secara aktif.

Menurut Elihu Katz dalam bukunya, “The Diffusion Of New Ideas and Practise” menunjukkan aspek-aspek yang menarik dari model hypodermic needle ini, yaitu :

1. Media massa memiliki kekuatan yang luar biasa, sanggup menginjeksi secara mendalam ide-ide kedalam benak orang yang tidak berdaya Universitas Sumatera Utara
2. Mass audience dianggap seperti atom-atom yang terpisah satu sama lain, tidak saling berhubungan dan hanya berhubungan dengan media massa. Kalau individu-individu mass audience berpendapat sam tentang suatu persoalan, hal ini bukan karena mereka berhubungan atau berkomunikasi satu dengan yang lain, melainkan karena mereka karena memperoleh pesan-pesan yang sama dari satu media (Schramm, 1963).

2.9 Pengertian dan Faktor Pembentuk Sikap

Sikap adalah konsep terpenting pada psikologi sosial dan yang memiliki banyak definisi. Sikap memiliki pengertian kecenderungan yaitu bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai (Rakhmat, 2005: 39-40). Sikap bukan merupakan definisi dalam perilaku,

melainkan sikap merupakan kecenderungan melakukan sesuatu terhadap objek sikap. Menurut (Gerungan, 1983: 151) sikap dapat menunjukkan orang berperilaku atau melakukan sebuah tindakan.

Ciri sikap yang perlu kita ketahui adalah sikap itu tidak dibawa sejak lahir, selalu berhubungan dengan obyek yang disikapi, tertuju pada satu obyek, tetapi juga dapat tertuju pada sekumpulan obyek yang relatif banyak. (Bimo, 2001: 113- 115).

Menurut (Rakhmat, 2005: 39-40) sikap dibentuk oleh tiga komponen yaitu:

1. Komponen Kognitif

Komponen ini berkaitan dengan kepercayaan, pikiran, atau pengetahuan yang didasari informasi yang berhubungan dengan objek.

2. Komponen Afektif

Komponen Afektif adalah komponen emosional dari faktor sosial psikologis, yang dimana didahulukan karena berkaitan erat dengan pembicaraan sebelumnya. Komponen tersebut berhubungan dengan perasaan.

3. Komponen Konatif

Komponen konatif memiliki hubungan dengan kebiasaan dan kemauan dalam bertindak. Hal tersebut mencakup kesiapan perilaku yang berkaitan erat dengan sikap.

Pembentukan sikap dalam prosesnya lebih sering melibatkan faktor perasaan dan motif, sehingga dapat dipastikan bahwa ketika seseorang bersikap maka orang tersebut akan melibatkan perasaan tertentu (Bimo, 2001: 55-56). Terdapat enam faktor yang mempengaruhi sikap yaitu antara lain pengalaman

pribadi, orang lain yang 21 dianggap penting, kebudayaan, media massa, lembaga pendidikan dan agama, dan emosi individu (Azwar, 1995: 30-37):

1. Pengalaman pribadi

Faktor pengalaman pribadi didefinisikan apa yang sedang dialami dan sedang dialami akan ikut membentuk dan juga dapat mempengaruhi seseorang terhadap stimulus sosial. Untuk dapat mempunyai tanggapan dan penghayatan terhadap sesuatu yang dialami, seseorang harus mempunyai pengalaman yang berkaitan dengan objek psikologis tersebut.

2. Orang lain yang dianggap penting

Pada faktor ini orang lain dianggap memiliki peran dalam menentukan sikap yang searah. Kecenderungan ini dimotivasi untuk menghindari konflik dengan orang yang biasanya dianggap penting bagi individu.

3. Kebudayaan

Kebudayaan memiliki pengaruh besar dalam pembentukan sikap pada suatu masyarakat. Tanpa disadari, kebudayaan menjadikan dasar dalam mengarahkan kita ke berbagai masalah. Misalnya, apabila kita hidup dalam lingkungan yang lebih mendahulukan kelompok, maka akan muncul sikap negatif terhadap seseorang yang mengabaikan kehidupan berkelompok.

4. Media massa sebagai sarana komunikasi

Media massa mempunyai pengaruh dalam membentuk opini dan kepercayaan. Adanya informasi memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap. Pesan-pesan sugesti yang dibawa oleh informasi tersebut apabila cukup kuat akan memberikan dasar afektif dalam menilai sesuatu hal sehingga terciptalah sikap tertentu.

5. Lembaga pendidikan dan lembaga agama

Lembaga pendidikan dan lembaga agama adalah suatu sistem yang mempunyai pengaruh penting pembentukan sikap dikarenakan keduanya meletakkan pengertian dan moral dalam setiap individu. Pemahaman baik dan buruk, memiliki garis pemisah antara sesuatu yang boleh dan tidak boleh dilakukan yang dapat diperoleh dari pendidikan dan agama.

6. Emosi dalam individu

Tidak semua pembentuk sikap ditentukan oleh situasi lingkungan dan pengalaman pribadi seseorang. Bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari oleh emosi yang berfungsi sebagai penyaluran frustrasi atau pengalihan pertahanan sikap ego. Sikap tersebut merupakan sikap yang bersifat sementara, namun akan hilang apabila rasa frustrasi tersebut hilang, akan tetapi terdapat juga sikap yang lebih persisten dan tahan lama

2.10 Kecemasan

Kecemasan merupakan respon subjektif individu terhadap situasi, ancaman atau stimulus eksternal (Yuliandari, 2000: 18). Atkinson dan Hilgrad mengidentifikasikan kecemasan sebagai suatu keadaan emosi yang tidak menyenangkan yang ditandai oleh perasaan takut, tertekan khawatir, dan bingung (Atkinson, 1993: 403). Definisi kecemasan adalah suatu keadaan apprehensi atau keadaan khawatir yang mengeluhkan bahwa sesuatu yang buruk akan segera terjadi. Banyak hal yang harus dicemaskan, misalnya kesehatan kita, relasi sosial, ujian, karier, relasi internasional, dan kondisi lingkungan adalah beberapa hal yang dapat menjadi sumber kekhawatiran. Adalah normal, bahkan adaptif, untuk

sedikit cemas mengenai aspek-aspek hidup tersebut (Nevid, Rathus dan Greene, 2005: 163).

Lazarus (1976) membedakan kecemasan menjadi dua yakni :

1. Kecemasan sebagai suatu respon

Kecemasan ini merupakan hasil reaksi terhadap pengalaman tertentu, keadaan seseorang tentang apa yang dikatakan, bagaimana ia bertindak, dan perubahan fisiologis. Kecemasan ini berbentuk perasaan tidak menyenangkan, kebingungan, gelisah, khawatir, dan takut. Perasaan ini berhubungan subjektif dengan emosi seseorang.

2. Kecemasan sebagai *intervening* variable.

Kecemasan disini lebih mempunyai arti sebagai *motivating solution*, yang artinya adalah dimana situasi kecemasan dapat mendorong individu untuk dapat mengatasi suatu masalah.

Freud mengemukakan bahwa kecemasan (anxiety), diartikan sebagai perasaan yang sifatnya umum, dimana seseorang merasa ketakutan atau kehilangan kepercayaan diri yang tidak jelas asal maupun wujudnya (Wiramihardja, 2005: 67). Melalui berbagai definisi kecemasan diatas kecemasan merupakan bentuk dari efek media massa dalam komponen afektif. Komponen Afektif merupakan aspek emosional dari faktor sosio psikologis. Hal tersebut berhubungan erat dengan perasaan. Aspek-aspek kecemasan yang dikemukakan terdapat tiga reaksi menurut Calhoun dan Acocella (Safaria & Saputra, 2009) yaitu sebagai berikut:

1. Reaksi emosional

Reaksi emosional yaitu kecemasan ini berkaitan dengan persepsi individu kepada pengaruh psikologis dari kecemasan, seperti perasaan prihatin, tegang, sedih, mencela orang lain atau diri sendiri.

2. Reaksi kognitif

Reaksi kognitif adalah reaksi ketakutan dan juga khawatir yang berpengaruh terhadap kemampuan seseorang untuk berpikir jernih sehingga mengganggu dalam memecahkan suatu masalah dan juga mengatasi tuntutan lingkungan yang ada disekitarnya.

3. Reaksi fisiologis

Reaksi fisiologis adalah reaksi yang ditunjukkan oleh tubuh terhadap sumber dari suatu ketakutan maupun kekhawatiran. Reaksi ini memiliki keterikatan dengan sistem syaraf yang mengendalikan berbagai otot sehingga timbul reaksi dalam bentuk jantung berdetak lebih cepat, nafas terasa sesak, maupun tekanan darah meningkat.

2.11 Kerangka Pemikiran

Variabel X : Terpaan berita kericuhan suporter sepak bola Indonesia di televisi

Variabel Y : Kecemasan masyarakat Kota Malang menonton bola

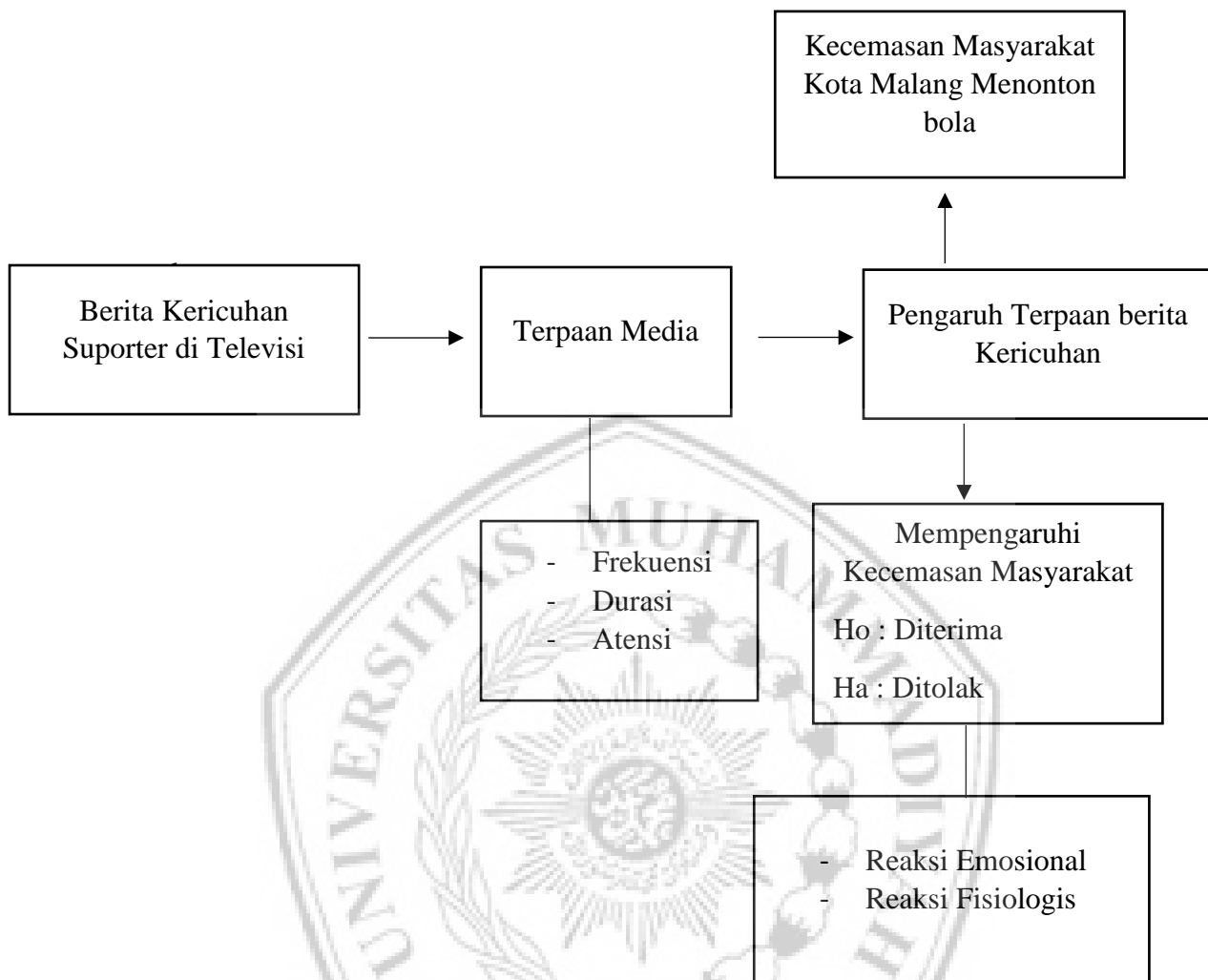
Media massa merupakan sebuah alat dalam penyampaian informasi pada khalayak banyak. Salah satu bentuk media massa adalah televisi. Media massa, memiliki beberapa efek yakni, kognitif, afektif, dan behavioral. Pada efek afektif media mampu menimbulkan perasaan emosional. Kecemasan merupakan bentuk dari efek afektif yang ditimbulkan oleh media massa. Pada penelitian ini

kecemasan yang merupakan efek afektif dari media massa akan diteliti bagaimana kah pengaruh terpaan media televisi berdampak pada kecemasan di masyarakat.

Pada penelitian ini peneliti memilih menggunakan teori Jarum hipodermik, teori ini menunjukkan bahwa media memiliki pengaruh langsung kepada perubahan pada masyarakat. Hal ini dirasa sesuai pada penelitian ini tentang apakah ada pengaruh dari terpaan media terhadap masyarakat meskipun masyarakat yang diteliti merupakan pendukung dari tim sepak bola arema fc.

Kecemasan yang ada dalam penelitian ini adalah kecemasan yang timbul akibat adanya pemberitaan keriuhan suporter sepak bola di televisi. Kecemasan yang diukur adalah aspek emosional dan fisiologis. Kecemasan secara kognitif tidak dimasukkan sebagai indicator variabel penelitian dikarenakan kecemasan merupakan efek afektif pada efek komunikasi massa tidak masuk pada efek kognitif, sehingga segala hal yang berhubungan dengan kognitif tidak dijadikan variabel pengukuran. Ada atau tidak adanya kecemasan yang ditimbulkan akibat tayangan terpaan berita ini salah satunya adalah dipengaruhi oleh tingkat penggunaan media massanya. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :

Bagan 2.11 Pemikiran



2.12 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2013) Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah, pada masalah penelitian tersebut ditanyakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sebagai jawaban sementara, karena jawaban yang diberikan atas dasar teori yang relevan, dan belum didasarkan pada fakta empiris yang didapat melalui pengumpulan data. Dengan kata lain hipotesis juga dapat ditanyakan sebagai jawaban yang didasarkan pada teori terhadap rumusan masalah

penelitian, jawaban tersebut belum termasuk jawaban yang empirik dari suatu penelitian.

1. Hipotesa Nol (H_0)

adalah hipotesa yang dirumuskan untuk menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh antar variabel satu dengan variabel lainnya (Nawawi, 1993:162). Hipotesa Nol dalam penelitian ini yaitu Tidak ada pengaruh terpaan berita kericuhan suporter sepak bola Indonesia di televisi terhadap kecemasan masyarakat Kota Malang memasuki stadion.

2. Hipotesa Alternatif (H_a)

adalah hipotesa yang merumuskan bahwa adanya hubungan antar variabel satu dengan variabel yang lain (Nawawi, 1993:163). Hipotesa Alternatif dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh terpaan berita kericuhan suporter sepak bola Indonesia di televisi terhadap kecemasan masyarakat Kota Malang memasuki stadion.

